18.5期 決算説明会

グループの新たな挑戦で
飛躍的な成長を実現

3rd　Stage　中間報告

2018年7月6日

キユーピー株式会社

＝目次＝

１．18.5期　業績

２．18.11期　年間計画

３．事業別の主な取り組み

４．海外展開　業績と主な取り組み

５．参考資料

18.5期　業績

18.5期　業績

売上高 78億円増、営業利益 12億円増の増収増益（前年対比）

	17.5	18.5 実績	前年比	前年差	年初計画差
売上高	2,772 億円	2,850 億円	102.8 %	＋78 億円	△14 億円
国内	2,575	2,623	101.9	＋49	―
海外	197	227	115.0	＋30	―
営業利益	148 億円	160 億円	107.9 %	＋12 億円	＋4 億円
国内	138	144	104.4	＋6	―
海外	10	15	158.5	＋6	―
営業利益率	5.3 %	5.6 %	―	＋0.3 %	＋0.2 %
経常利益	152 億円	165 億円	108.5 %	＋13 億円	＋6 億円
親会社株主に帰属する四半期純利益	80 億円	91 億円	112.7 %	＋10 億円	＋6 億円

※海外の数値は、10月から3月が対象。日本からの輸出を含む（日本からの輸出は 12月から5月が対象）
　海外の前年差には、為替影響（売上高＋8億円、営業利益＋0億円）が含まれる
※年初計画差とは、18年1月公表計画との差

18.5期　売上高の状況

サラダ・惣菜事業、物流システム事業の好調により増収

	17.5	18.5 実績	前年比	前年差
売上高　合計	2,772 億円	2,850 億円	102.8 %	＋78 億円
調味料	740	761	102.9	＋21
タマゴ	499	496	99.3	△3
サラダ・惣菜	568	612	107.7	＋44
加工食品	232	234	100.8	＋2
ファインケミカル	51	48	94.2	△3
物流システム	642	670	104.4	＋28
共通	39	29	73.8	△10

■事業別の状況

調味料	海外でのドレッシングが好調に推移し増収
タマゴ	国内の鶏卵相場下落の影響により減収
サラダ・惣菜	野菜価格高騰によるカット野菜の伸張、新たな販路への展開が進み増収
加工食品	リニューアルしたパスタソース、まるごと果実などの伸張により増収
ファインケミカル	医薬用EPAの減少が影響し減収
物流システム	既存顧客の受託エリア拡大や連結子会社の増加により増収

18.5期　営業利益の状況

北米タマゴ事業の復調や付加価値品の伸張などにより増益

	17.5	18.5 実績	前年比	前年差
営業利益　合計	148 億円	160 億円	107.9 %	＋12 億円
調味料	73	71	96.6	△ 3
タマゴ	20	31	151.1	＋10
サラダ・惣菜	17	20	119.4	＋ 3
加工食品	3	5	182.1	＋ 2
ファインケミカル	1	3	196.3	＋ 1
物流システム	29	26	90.7	△ 3
共通	5	4	93.8	△ 0

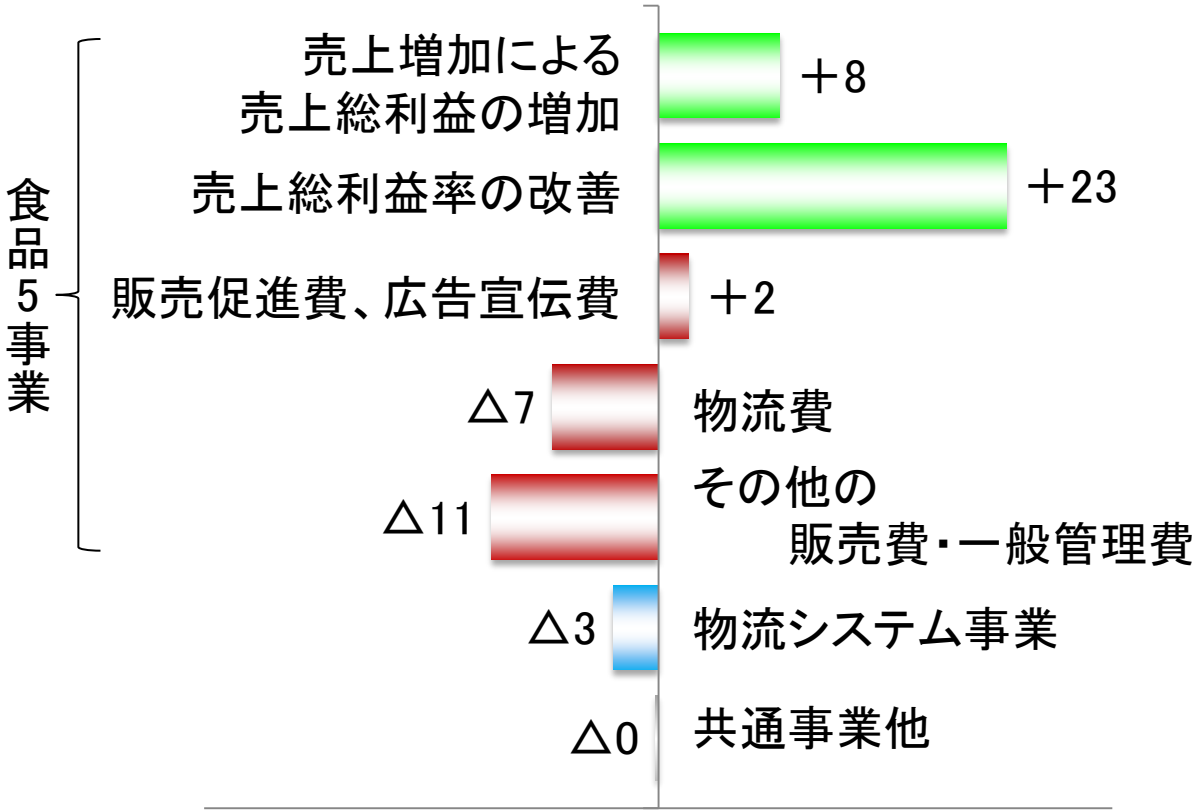
■事業別の状況

調味料	野菜価格高騰の影響による国内売上の伸び悩み、減価償却費の増加などにより減益
タマゴ	米国の復調に加え、国内の付加価値品の伸張などにより増益
サラダ・惣菜	新たな販路への展開やコスト改善が進展し増益
加工食品	付加価値品の伸張や不採算商品の見直しにより増益
ファインケミカル	海外向けを中心に機能性ヒアルロン酸が伸張し増益
物流システム	保管・運送の合理化は進展したが、燃料や車両の調達コストの増加により減益

18.5期　営業利益の増減要因（前年差）

（億円）

	17.5	18.5 実績	前年差
営業利益	148	160	＋12



△の合計 21　⇔　＋12　⇒　＋の合計 33

18.5期　営業利益の増減要因（前年差）主な内容

【売上増加による売上総利益の増加】（＋8）

（億円）

売上影響	＋8	ドレッシング・カット野菜等の売上増加	＋8

【売上総利益率の改善】（＋23）

付加価値の向上	＋9	商品の育成、付加価値品へのシフト	＋9
コスト改善	＋8	生産現場でのコスト低減	＋6
		不採算カテゴリーの改善	＋2
その他	＋6	主原料コストの影響（サラダ調味料）	＋1
		米国の乾燥卵相場の影響	＋4

【販売促進費、広告宣伝費】（＋2）

広告宣伝費の減少	＋2	TVCMなどの広告宣伝の減少	＋2

【その他の販売費・一般管理費】（△11）

労務費の増加	△6	事業拡大による増加	△6

営業外損益・特別損益等のポイント

（億円）

	17.5	18.5 実績	前年差
営業利益	148	160	＋12
営業外損益	5	6	＋1
経常利益	152	165	＋13
特別損益	△8	△5	＋4
税金等調整前四半期純利益	144	161	＋17
法人税等 非支配株主に帰属する四半期純利益	64	70	＋7
親会社株主に帰属する四半期純利益	80	91	＋10

＜営業外損益のポイント＞

開業費の減少　＋1

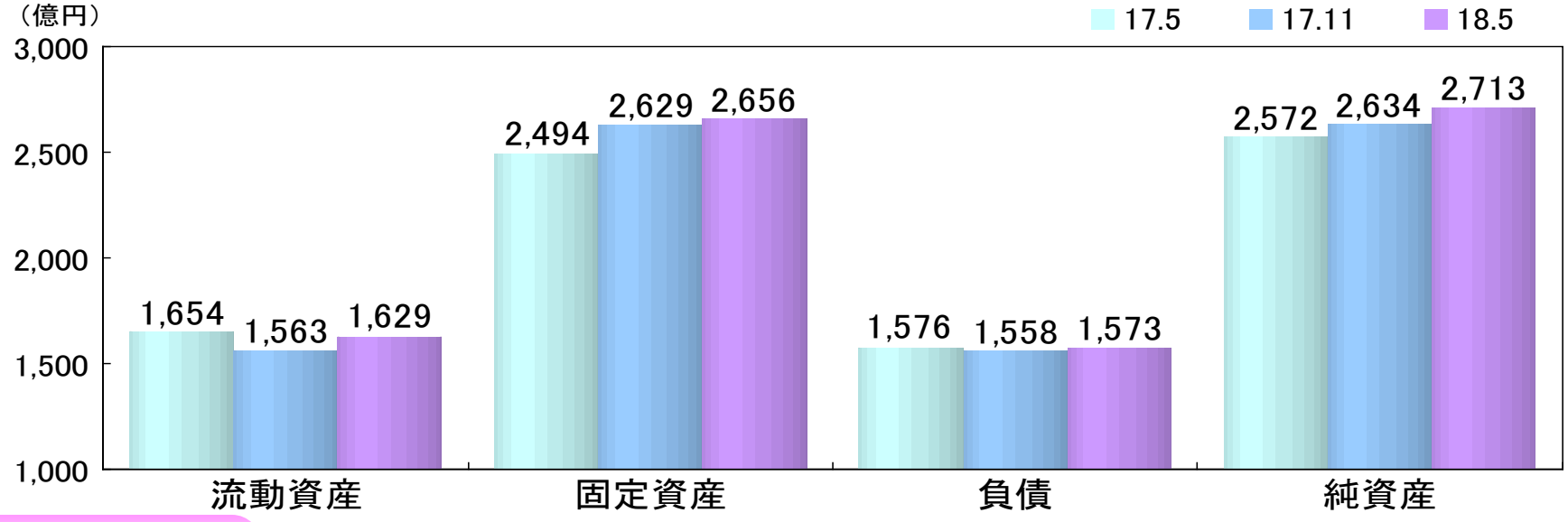
＜特別損益のポイント＞

固定資産除却損の減少　＋3

＜法人税等、非支配株主に帰属する四半期純利益のポイント＞

営業利益増による増加　＋7

バランスシートの増減ポイント



17.11期との比較

流動資産は66億円増加

- 現預金の増加　＋14
- 売掛債権の増加　＋30
- たな卸資産の増加　＋17

固定資産は28億円増加

- 有形無形固定資産の取得による増加　＋104
- 減価償却による減少　△89
- 退職給付に係る資産の増加　＋10

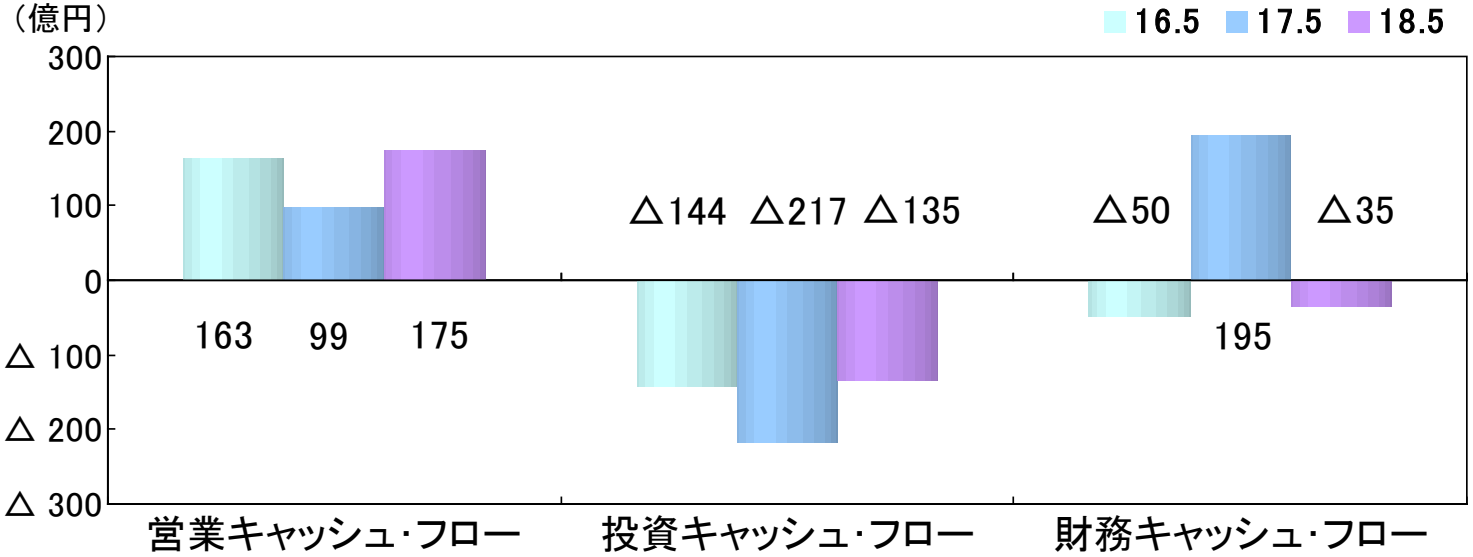
負債は15億円増加

- 借入金の増加　＋7
- 未払法人税等の増加　＋18
- 引当金の増加　＋18
- 設備未払金の減少　△26

純資産は79億円増加

- 利益剰余金の増加　＋64
- 非支配株主持分の増加　＋13

キャッシュ・フローの増減ポイント



17.5期との比較

営業キャッシュ・フロー

- 税金等調整前四半期純利益の増加　＋17
- 未払費用の増加　＋32
- 法人税等の支払額の減少　＋32

投資キャッシュ・フロー

- 有形固定資産の取得による支出の減少　＋31
- 事業譲受による支出の減少　＋44

財務キャッシュ・フロー

- 借入れによる収入の減少　△232

設備投資の状況

18.5 実績	18.11 計画
132億円	350億円

18.11期　年間計画

18.11期　年間計画

売上高 183億円増、営業利益 22億円増の増収増益

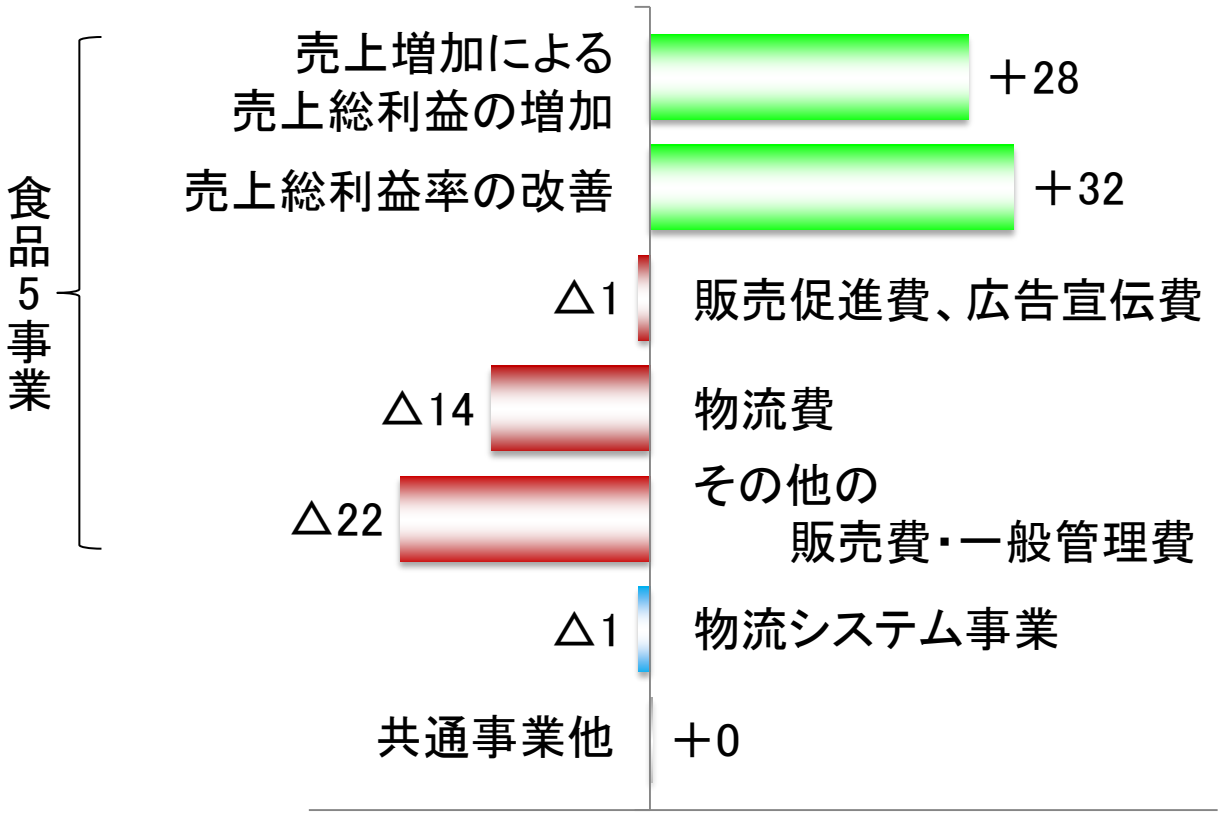
	17.11	18.11 計画	前年比	前年差
売上高	5,617 億円	5,800 億円	103.3 %	＋183 億円
国内	5,190	5,319	102.5	＋129
海外	427	481	112.6	＋54
営業利益	313 億円	335 億円	107.2 %	＋22 億円
国内	290	299	103.0	＋9
海外	23	36	159.7	＋14
営業利益率	5.6 %	5.8 %	－	＋0.2 %
経常利益	325 億円	346 億円	106.4 %	＋21 億円
親会社株主に帰属する当期純利益	181 億円	186 億円	102.8 %	＋5 億円
ROE（自己資本純利益率）	8.2 %	8.2 %	－	－
ROA（総資産経常利益率）	8.1 %	8.1 %	－	－
EBITDA（営業利益＋減価償却費）	481 億円	518 億円	107.7 %	＋37 億円

※海外の数値は、10月から9月が対象。日本からの輸出を含む（日本からの輸出は12月から11月が対象）
※海外の前年差には、為替影響（売上高＋11億円、営業利益＋1億円）が含まれる

18.11期　営業利益の増減要因（前年差）

（億円）

	17.11	18.11 計画	前年差
営業利益	313	335	＋22



△の合計 38 ⇔ ＋22 ⇒ ＋の合計 60

18.11期　営業利益の増減要因（前年差）主な内容

【売上増加による売上総利益の増加】（＋28）

（億円）

売上影響	＋28	ドレッシング・カット野菜等の売上増加	＋28

【売上総利益率の改善】（＋32）

付加価値の向上	＋13	商品の育成、付加価値品へのシフト	＋13
コスト改善	＋14	生産現場でのコスト低減	＋11
		不採算カテゴリーの改善	＋3
その他	＋5	主原料コストの影響（サラダ調味料）	△6
		米国の乾燥卵相場の影響	＋7

【その他の販売費・一般管理費】（△22）

労務費の増加	△11	事業拡大による増加	△11

事業別の主な取り組み

18.11期　事業別計画

（億円）

	事業別売上高				事業別営業利益			
	17.11	18.11 計画	前年比	前年差	17.11	18.11 計画	前年比	前年差
合　　計	5,617	5,800	103.3 %	＋183	313	335	107.2 %	＋22
調　味　料	1,504	1,570	104.4	＋66	153	150	98.1	△3
タ　マ　ゴ	1,005	1,011	100.6	＋6	44	59	135.1	＋15
サラダ・惣菜	1,155	1,230	106.5	＋75	38	44	114.4	＋6
加工食品	466	470	100.8	＋4	2	6	301.5	＋4
ファインケミカル	106	103	97.2	△3	9	10	115.7	＋1
物流システム	1,312	1,358	103.5	＋46	59	58	98.4	△1
共　　通	68	58	84.7	△10	8	8	100.9	＋0

調味料事業

（億円）	18.11 計画	17.11差
売　上　高	1,570	＋66
営 業 利 益	150	△3
営業利益率	9.6%	△0.6%

【営業利益の増減要因（前年差）】

（億円）	18.5 実績（上期）	18.11 計画（年間）
売上増加による売上総利益の増加	＋2	＋17
売上総利益率の変動	＋1	△2
販売促進費、広告宣伝費	＋1	△2
物流費	△1	△1
その他の販売費・一般管理費	△7	△15
合計	△3	△3

【下期の主な取り組み】

※（ ）の数値は、18.11下期計画と17.11下期実績との営業利益の差（億円）

◇国内のマーケットをリード

基幹商品の盤石化（＋2）

- 主力ドレッシングの容器・容量変更でユーザビリティ向上
- マヨネーズの「万能化」とドレッシングの「汎用化」を推進
- 「主食系サラダスタイル」の展開で想定される野菜高騰下のサラダ需要を創出

新領域への挑戦で提案力向上（＋1）

- 具沢山調味料で業務用市場を深耕し、メニューを拡大
- 新たなサラダ調味料で食シーンを創出し新規顧客獲得

◇サテライト生産体制の具現化（＋1）

- より効率的な生産体制構築による、工場稼働率の向上

◇海外展開を拡大（＋4）

- 中国はマヨネーズ、ドレッシングの用途拡大を強化
- 東南アジア、米国、欧州はブランドビジネスの拡大

※18.11下期計画における国内の主原料コスト上昇の影響は△7億円（上記の前年差には含まれていない）

調味料事業（ドレッシング主力シリーズの展開）

【家庭用 2018年秋　ドレッシングの展開】

主力シリーズでお客様の満足度を高める

8月3日以降全国発売

容器設計の工夫と、容量変更・使い切り商品発売で、より使い勝手良く

現行品 ▶ **新商品**

容器：瓶
容量：150ml

※260mlプラスチックボトルは終売

- ●材質変更による容量軽量化
- ●開けやすい新キャップを採用
- ●取り外しやすい中栓でごみの分別に配慮

容器：プラスチックボトル
容量：180ml

スティックタイプ
8ml×6

（詳細は、キユーピーアヲハタニュース2018年No.30 参照）

「ごまドレッシングの汎用化」と「主食系サラダスタイルの充実」と併せて需要拡大

タマゴ事業

（億円）	18.11 計画	17.11差
売　上　高	1,011	＋6
営 業 利 益	59	＋15
営業利益率	5.8%	＋1.4%

【営業利益の増減要因（前年差）】

（億円）	18.5 実績 （上期）	18.11 計画 （年間）
売上増加による売上総利益の減少	△1	△1
売上総利益率の改善	＋15	＋21
販売促進費、広告宣伝費	△0	＋0
物流費	△3	△4
その他の販売費・一般管理費	△1	△2
合計	＋10	＋15

【下期の主な取り組み】

※（ ）の数値は、18.11下期計画と17.11下期実績との営業利益の差（億円）

◇国内での展開 （＋1）

外食・中食市場

- エグロワイヤルを中心にこだわりの卵を活用した用途提案の幅を広げ、新たな需要創出
- グループの販路を活用した惣菜売場への展開

内食市場

- 新たなニーズをとらえた商品で売場をつくり、朝食での需要拡大

◇北米事業の展開 （＋4）

- 販売方法の見直し、生産効率の向上による利益改善
- 健康ニーズをとらえた機能性卵白の提案で需要を拡大

◇事業基盤の強化

- 素材品、加工品をそれぞれ生産している子会社2社の12月1日合併に向けた着実な準備を実行

サラダ・惣菜事業

（億円）	18.11 計画	17.11差
売　上　高	1,230	＋75
営 業 利 益	44	＋6
営業利益率	3.6%	＋0.3%

【営業利益の増減要因（前年差）】

（億円）	18.5 実績 （上期）	18.11 計画 （年間）
売上増加による 売上総利益の増加	＋6	＋12
売上総利益率の 改善	＋2	＋6
販売促進費、 広告宣伝費	＋2	＋1
物流費	△4	△7
その他の販売費・ 一般管理費	△2	△6
合計	＋3	＋6

【下期の主な取り組み】

※（ ）の数値は、18.11下期計画と 17.11下期実績との営業利益の差（億円）

◇カット野菜　（＋1）

- 野菜原料品薄・高騰時の対策
  - ・生産者との取り組みを深め、調達力を強化
  - ・価格柔軟性を持った施策の実施
- 栄養価の高い野菜を使用した商品の拡充
- パッケージサラダ 省力化ライン本格導入
  - ・人手不足の解消、品位の向上

栄養価の高い野菜を使用した新商品「パクチーサラダ」

◇惣菜　（＋1）

- 新販路の拡大や成長市場への深耕
  - ・外食、オフィス、EC、宅配、直営レストラン
- 様々な食シーンに対応できる商品の拡充
  - ・ミールキット、レンジアップ商品、サラダボウル

ミールキット「トマトカレー」

調理例

＜ミールキット＞
素材と調味料をセットした、調理するだけで完成する簡単便利な食材セット

◇米飯　（＋1）

- 量販店向けの販路、商品の拡大と 通販、宅配向けなど新販路の開拓を継続

加工食品事業

（億円）	18.11 計画	17.11差
売　上　高	470	＋4
営 業 利 益	6	＋4
営業利益率	1.3%	＋0.9%

【営業利益の増減要因（前年差）】

（億円）	18.5 実績（上期）	18.11 計画（年間）
売上増加による売上総利益の増減	＋0	△1
売上総利益率の改善	＋2	＋6
販売促進費、広告宣伝費	＋0	＋1
物流費	＋0	△1
その他の販売費・一般管理費	△1	△2
合計	＋2	＋4

【下期の主な取り組み】

※（ ）の数値は、18.11下期計画と17.11下期実績との営業利益の差（億円）

◇利益貢献の高い商品を強化 （＋1）

- パン回りは付加価値品の拡大と、ホイップを中心に若年層を獲得
- パスタソースは簡便調理ニーズに対応し、主力シリーズのラインアップを強化

™ & © Universal Studios
ホイップシリーズ「ミニオン」を採用

◇新たな付加価値の創出

- 簡便調理に対応した新シリーズを展開
- 超低糖度フルーツ加工技術で新規需要を獲得

簡便調理に対応した新シリーズを発売

◇低収益カテゴリーへの対応

- 北海道コーンは収益モデルを軌道化
- うずら卵水煮の生産事業から撤退

ファインケミカル事業

（億円）	18.11 計画	17.11差
売　上　高	103	△3
営 業 利 益	10	＋1
営業利益率	9.7%	＋1.2%

【営業利益の増減要因（前年差）】

（億円）	18.5 実績 （上期）	18.11 計画 （年間）
売上増加による売上総利益の増減	△0	＋1
売上総利益率の改善	＋3	＋1
販売促進費、広告宣伝費	△1	△0
物流費	△0	△1
その他の販売費・一般管理費	△0	＋1
合計	＋1	＋1

【下期の主な取り組み】

※（ ）の数値は、18.11下期計画と17.11下期実績との営業利益の差（億円）

◇付加価値原料の販売に特化

- ヒアルロン酸への集中を加速、次期中計の成長に向けた取り組みを開始　（＋0）
  - ・医薬用の販売拡大に向けた投資を実行
  - ・新ビジネスモデルとなる医療機器を発売予定

◇BtoCルートの取り組み

- ヒアルロン酸サプリメントの拡売による、通販子会社の黒字化　（＋2）
  - ・定期顧客数の安定化に向けてロイヤルカスタマーとのコミュニケ-ションを強化

◇低収益カテゴリーへの対応

- EPAからの撤退
  - ・今期中に生産パートナーへの事業承継を実行

物流システム事業

（億円）	18.11 計画	17.11差
売　上　高	1,358	＋46
営 業 利 益	58	△1
営業利益率	4.3%	△0.2%

【営業利益の増減要因（前年差）】

（億円）	18.5 実績（上期）	18.11 計画（年間）
収益力の改善	＋10	＋21
運送・保管機能の強化	＋5	＋13
運送コストの影響（車両調達・燃料影響等）	△10	△16
営業費・労務費・販管費等	△1	△6
既存取引減少等	△7	△13
合計	△3	△1

【下期の主な取り組み】

◇共同物流

- 収益力の強化
  - ・共同配送物量拡大による、保管・配送効率の向上
  - ・適正料金の収受、付帯作業緩和・廃止
- 運送機能の再構築
  - ・幹線輸送力の強化、モーダルシフトの推進
- ネットワーク再編
  - ・低温共同配送強化、首都圏の拠点再編

◇専用物流

- CVS・量販向けセンターの受託拡大
- センターの生産性向上による効率化

◇物流品質と技術力の向上

- 省力化、省人化・作業補助機器の導入
- 地域社会への取り組み、社会貢献活動

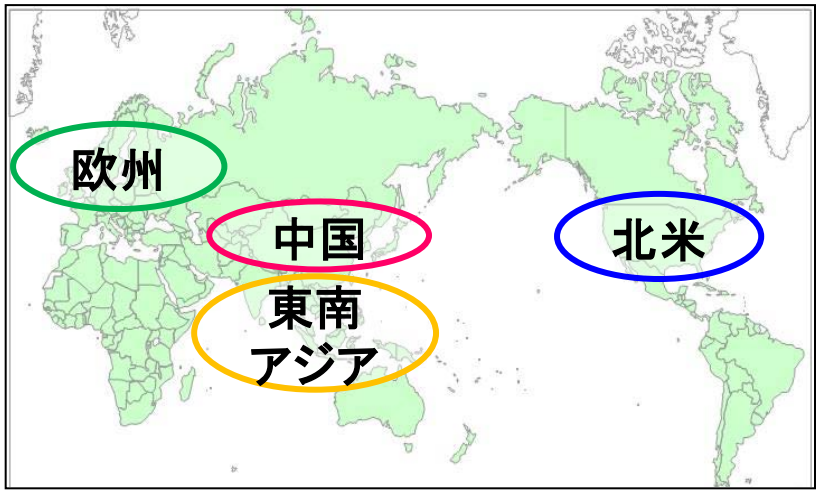
海外展開 業績と主な取り組み

海外展開　主要テーマ

KEWPIEブランドのマヨネーズ・ドレッシングを中心に市場を深耕

エリアのニーズに合わせた提案力で
サラダの食文化を浸透

日本で培った技術を活かして
アジアを中心にタマゴ加工品の拡大



【売上高】	18.5 実績	前年差	前年比	現地通貨前年比	18.11 計画	前年差	前年比	現地通貨前年比
海　外　合　計	227 億円	＋30 億円	115 %	112 %	481 億円	＋54 億円	113 %	111 %
調味料事業計	191	＋24	114	109	407	＋43	112	108
タマゴ事業他	36	＋ 6	120	121	74	＋11	117	120

【営業利益】	18.5 実績	前年差	前年比	現地通貨前年比	18.11 計画	前年差	前年比	現地通貨前年比
海　外　合　計	15 億円	＋6 億円	159 %	155 %	36 億円	＋14 億円	160 %	157 %
調味料事業計	12	△0	98	95	32	＋5	117	114
タマゴ事業他	3	＋6	－	－	5	＋9	－	－

海外展開　18.5期 実績、18.11期 計画

【売上高】	18.5 実績	前年差	前年比	現地通貨前年比	18.11 計画	前年差	前年比	現地通貨前年比
海外合計	227 億円	＋30 億円	115 %	112 %	481 億円	＋54 億円	113 %	111 %
中国	87	＋3	104	99	201	＋19	111	106
東南アジア	49	＋8	119	112	99	＋14	117	112
北米	58	＋6	111	111	117	＋6	106	109
調味料	32	＋1	102	103	64	△3	96	98
タマゴ	26	＋5	123	124	53	＋9	121	124
輸出・新規	34	＋13	162	152	64	＋14	127	183

【営業利益】	18.5 実績	前年差	前年比	現地通貨前年比	18.11 計画	前年差	前年比	現地通貨前年比
海外合計	15 億円	＋6 億円	159 %	155 %	36 億円	＋14 億円	160 %	157 %
中国	8	△2	83	79	24	＋2	110	106
東南アジア	3	＋2	208	193	5	＋3	188	175
北米	3	＋5	－	－	5	＋9	－	－
調味料	2	△0	92	92	4	△0	94	96
タマゴ	1	＋5	－	－	1	＋10	－	－
輸出・新規	2	＋0	122	138	1	△0	73	99

※「輸出・新規」は、日本からの輸出、欧州各社。日本からの輸出以外の数値は、18.5期は10月から3月、18.11期は10月から9月が対象
※ 為替影響は、18.5期前年差 売上高＋8億円、営業利益＋0億円。18.11期計画前年差 売上高＋11億円、営業利益＋1億円

マヨネーズ、ドレッシングの市場環境の変化

【家庭用市場】

大手競合メーカーの参入
（グローバル、現地）

グローバルメーカーによる
集中的なプロモーション

【フードサービス市場】

現地競合メーカーの参入
（模倣品・類似品の増加）

低価格での攻勢

販売構成比の高いマヨネーズへの影響が大きかった

18.5期(上期) 売上高　現地通貨ベース前年比

マヨネーズ93%、ドレッシング120%

中国　下期の取り組み

競合対策、新たな販路への展開を進める

【家庭用市場】

重点エリアでの展開を強化

売場への導入品目拡大
- 重点商品の展開を拡大
- 未導入店舗への展開

プロモーションの強化
- 試食販売の実施件数を拡大
- 生鮮売場での関連販売の展開

【フードサービス市場】

模倣品・類似品対策を実行
- 容器変更による他社品との差別化
- 卸との取り組み強化

ユーザーへの提案を強化
- 中華料理シェフへの提案を強化
- 新たな業態を開拓

買い場の変化への対応　　ECや中食市場への展開強化

18.11下期計画　売上高　現地通貨ベース前年比

マヨネーズ112%、ドレッシング124%

市場環境が変化した中国市場で、2桁成長を続ける

海外展開　エリア別 18.11下期の主な取り組み

中国・東南アジアで調味料を拡大、欧米はブランド浸透に特化

【中国】

用途訴求の強化で家庭用需要の拡大

メニュー訴求広告

生鮮売場で試食販売強化

フードサービス市場でのブランド浸透

ドレッシング小袋販売強化

中華料理シェフへの提案強化

【北米】

KEWPIEブランドの販売促進活動を強化

営業体制を拡充し
ドレッシング試食販売強化

フードサービス市場で卸との取り組み強化

大手卸への提案強化で
卸の取り扱い商品に導入

【東南アジア】

ごまドレッシングを中心に販売促進活動強化

大量陳列の水平展開

レストランへのメニュー導入

ドレッシングの新たな用途提案を強化

タイで人気の味のドレッシング

レストランへのメニュー提案

【輸出・新規】

フードサービス業態別での提案強化

ファストフード向けソース導入

CVS向けマヨネーズ導入

欧州で家庭用向けドレッシング展開拡大

オランダで販売開始

ポーランドで製造・販売開始

参考資料

参考）事業別 業績推移

（億円）

	14.5	15.5	16.5	17.5	18.5	17.11	18.11計画
《新会計方法》							
調味料		700 63	718 62	740 73	761 71	1,504 153	1,570 150
タマゴ		507 27	519 32	499 20	496 31	1,005 44	1,011 59
サラダ・惣菜		484 11	541 15	568 17	612 20	1,155 38	1,230 44
加工食品		286 1	257 3	232 3	234 5	466 2	470 6
ファインケミカル		55 1	53 6	51 1	48 3	106 9	103 10
物流システム		631 22	623 21	642 29	670 26	1,312 59	1,358 58
共通		29 6	25 3	39 5	29 4	68 8	58 8
合計		2,692 131	2,734 142	2,772 148	2,850 160	5,617 313	5,800 335
《旧会計方法》							
調味料	761 59	772 65					
タマゴ	494 10	508 27					
サラダ・惣菜	497 15	525 11					
加工食品	286 2	308 2					
ファインケミカル	51 5	55 1					
物流システム	612 15	631 22					
共通	28 5	29 6					
合計	2,730 111	2,829 134					

※16.11期より、売上高の計上基準と固定資産の償却方法を変更

注）上段数値は売上高、下段数値は営業利益

参考）設備投資と主要な販売費・一般管理費等

（億円）

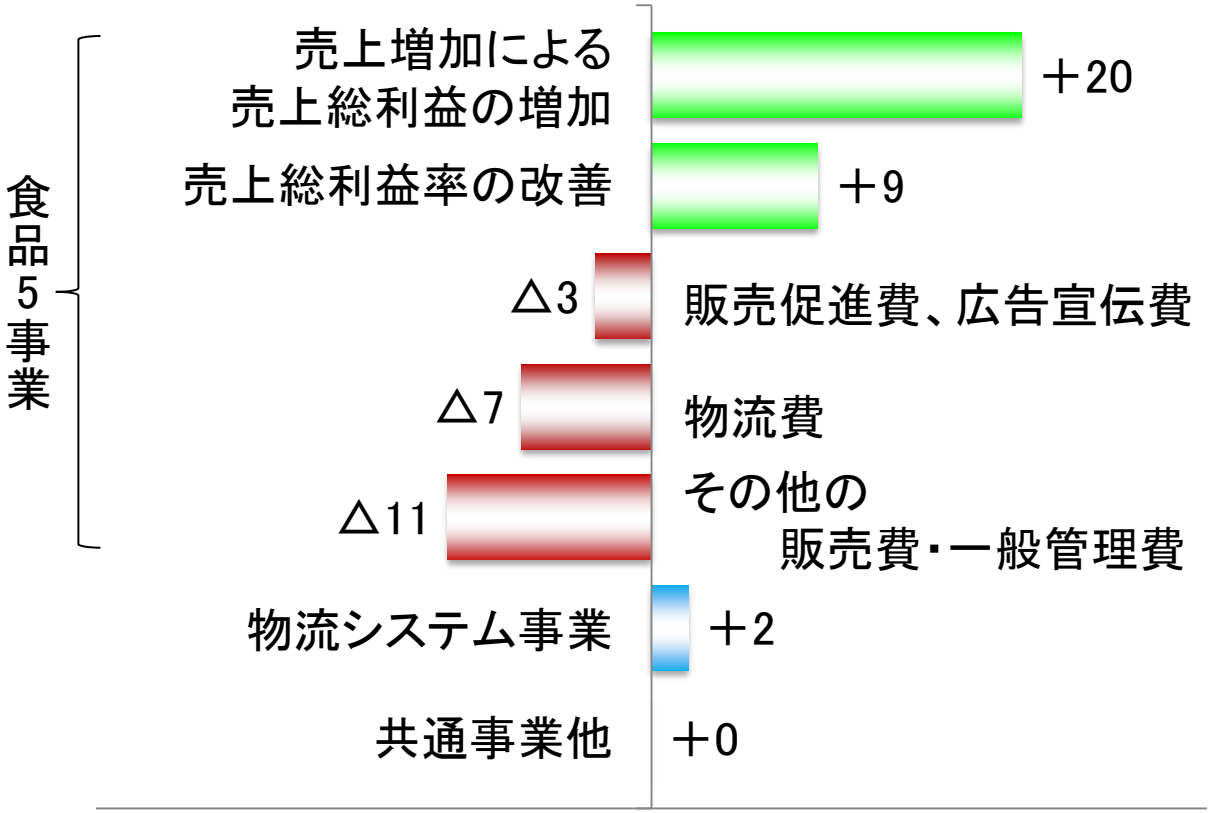
		14.5	15.5	16.5	17.5	18.5	17.11	18.11計画
設備投資		163	205	151	162	132	272	350
減価償却費		76	90	103	81	89	168	183
販売促進費	新会計方法		17	17	19	19	39	43
	旧会計方法	101	112					
広告宣伝費		41	43	42	52	50	95	92
物流費	新会計方法		125	125	127	135	258	272
	旧会計方法	157	164					
労務費		130	140	145	155	162	313	327
研究開発費		18	19	18	19	19	41	42

※16.11期より、売上高の計上基準と固定資産の償却方法を変更
※16.11期の減価償却費には、残存簿価の一括償却（△28億円）を含む

参考）18.11下期計画　営業利益の増減要因（前年差）

（億円）

	17.11下期	18.11下期 計画	前年差
営業利益	165	175	＋11



△の合計 21 ⇔ ＋11 ⇒ ＋の合計 31

参考）18.5期 事業別 営業利益増減要因（前年差）

（億円）

	売上増加による売上総利益の増減	売上総利益率の変動	販売促進費、広告宣伝費	物流費	その他の販売費・一般管理費	営業利益前年差
調味料	＋2	＋1	＋1	△1	△7	△3
タマゴ	△1	＋15	△0	△3	△1	＋10
サラダ・惣菜	＋6	＋2	＋2	△4	△2	＋3
加工食品	＋0	＋2	＋0	＋0	△1	＋2
ファインケミカル	△0	＋3	△1	△0	△0	＋1
連結調整	－	－	－	＋0	△0	－
食品5事業 合計	＋8	＋23	＋2	△7	△11	＋15

参考）18.11期計画 事業別 営業利益増減要因（前年差）

（億円）

	売上増加による売上総利益の増減	売上総利益率の変動	販売促進費、広告宣伝費	物流費	その他の販売費・一般管理費	営業利益前年差
調味料	＋17	△2	△2	△1	△15	△3
タマゴ	△1	＋21	＋0	△4	△2	＋15
サラダ・惣菜	＋12	＋6	＋1	△7	△6	＋6
加工食品	△1	＋6	＋1	△1	△2	＋4
ファインケミカル	＋1	＋1	△0	△1	＋1	＋1
連結調整	－	－	－	△2	＋2	－
食品5事業 合計	＋28	＋32	△1	△14	△22	＋23

参考）国内におけるサラダ調味料業態別販売状況

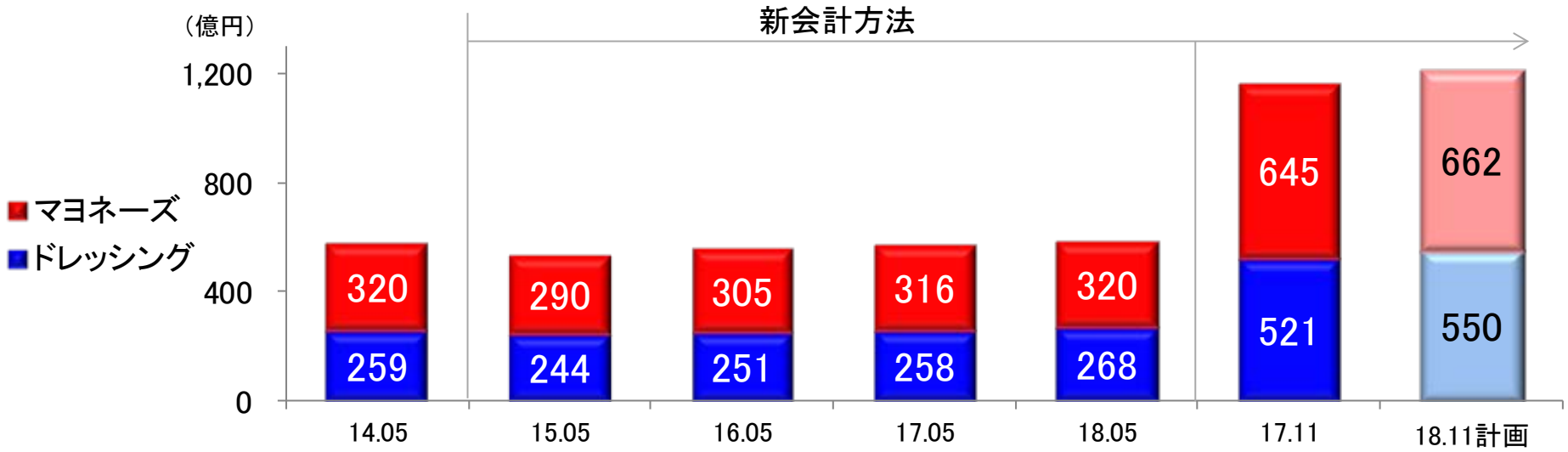
			14.5	15.5	16.5	17.5	18.5	前年比
家庭用	数量（千t）		64	63	65	64	63	98.9%
	金額（億円）	新会計方法		321	325	328	322	98.4%
		旧会計方法	378	388				
業務用	数量（千t）		53	53	53	54	54	101.5%
	金額（億円）	新会計方法		206	204	203	207	101.7%
		旧会計方法	210	208				
合　計	数量（千t）		117	116	118	118	118	100.1%
	金額（億円）	新会計方法		527	529	531	529	99.7%
		旧会計方法	597	595				

※ 16.11期より、売上高の計上基準を変更

参考）マヨネーズ･ドレッシング 売上高の推移（海外含む）

（億円）

	14.5	15.5	16.5	17.5	18.5	17.11	18.11計画
《新会計方法》							
マヨネーズ		290	305	316	320	645	662
ドレッシング		244	251	258	268	521	550
合　　計		534	556	574	588	1,167	1,212
《旧会計方法》							
マヨネーズ	320	330					
ドレッシング	259	273					
合　　計	579	603					



※ 16.11期より、売上高の計上基準を変更

参考）主要相場の実績・指標

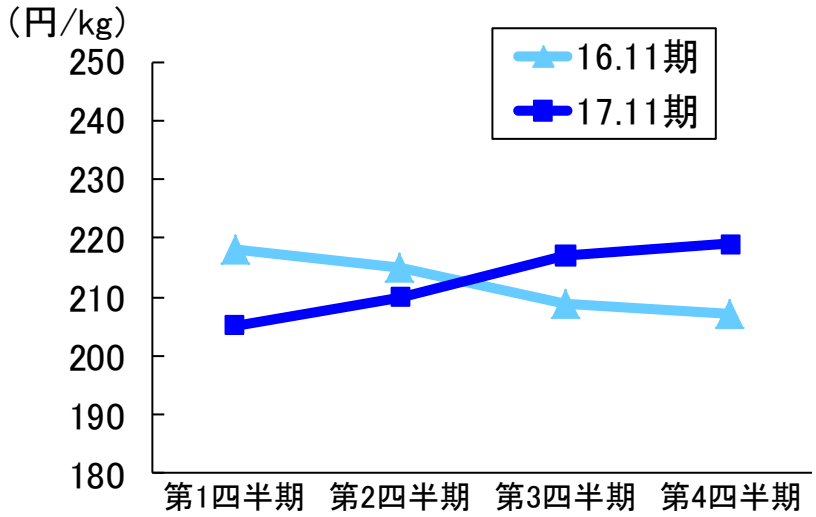
（円）

	17.5	18.5 実績	17.11	18.11 年初指標	18.11 7月指標
加工油脂向け ローリー相場平均価格 （1kg当たり）	207	232	213	227	232
全農東京 鶏卵相場 Mサイズの平均価格 （1kg当たり）	214	188	207	205	185
米国ドル 為替相場（期間平均） （1＄当たり）	112	111	111	112	108
中国元 為替相場（期間平均） （1元当たり）	16	17	16	16	17

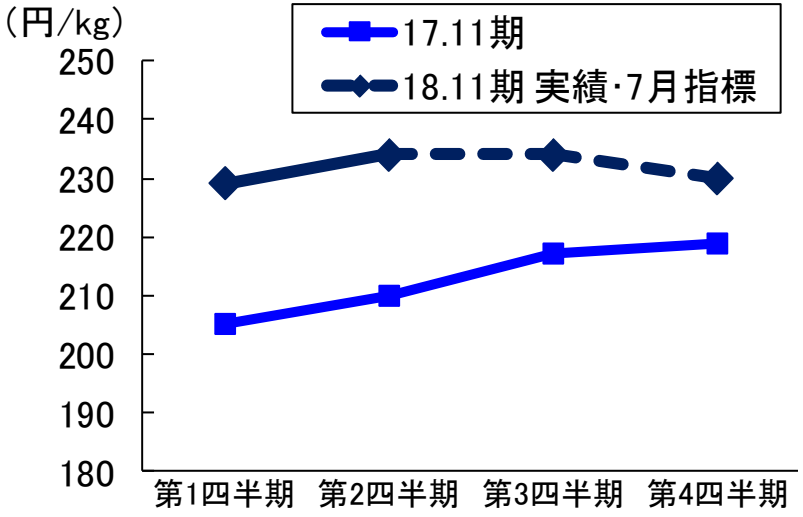
参考）主原料相場の状況

【加工油脂向け 大豆・菜種白絞油　日経ローリー相場平均価格】

16.11期・17.11期 比較

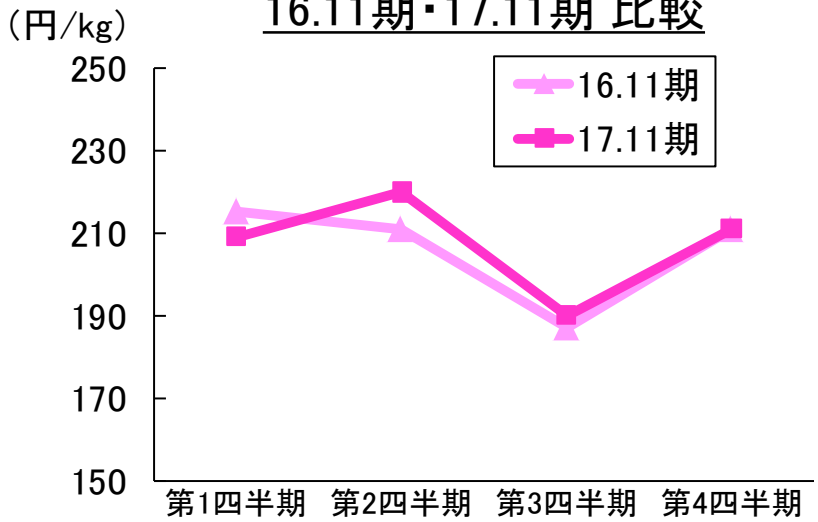


17.11期・18.11期 比較

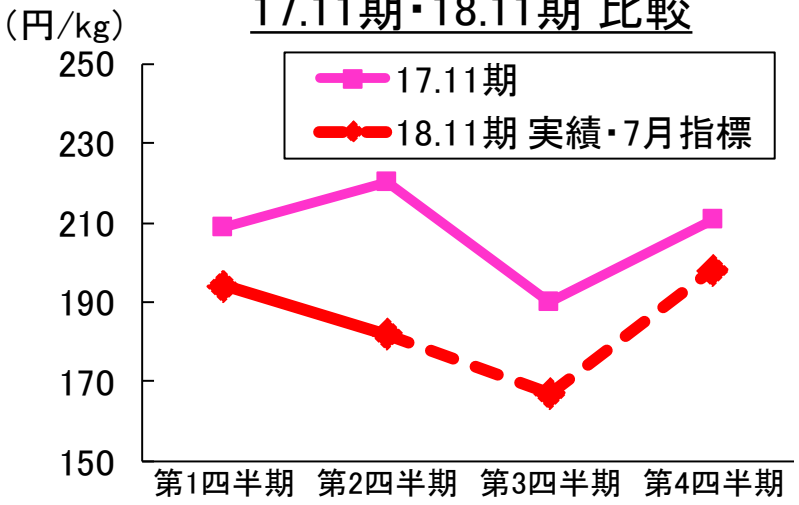


【鶏卵 東京全農Mサイズ基準値】

16.11期・17.11期 比較



17.11期・18.11期 比較



注意事項

この説明会資料に掲載されている、キユーピー株式会社の現在の計画、見通し、戦略、確信などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであります。これらは、現在入手可能な情報から得られたキユーピー株式会社の経営者の判断に基づいており、過度の信用を置かれませぬようお願いいたします。

内容の正確さについては細心の注意を払っておりますが、掲載された情報の誤りによって生じた障害などに関しまして、当社は一切責任を負うものではありませんのでご了承ください。

また、この説明会資料は投資勧誘を目的としたものではありません。
投資に関する決定は利用者ご自身のご判断において行われるようお願いいたします。

《お問い合せ先》
キユーピー株式会社
株式IR部　部長　小田　秀和
TEL：03-3486-3331
FAX：03-3486-6144